

# **PENDEKATAN *CULTURAL FIT* DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI WIRAUSAHA MAHASISWA**

## **(Studi Kasus:Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mahasiswa STAIN Kudus)**

**Ekawati Rahayu Ningsih, SH, MM.**

Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surakarta

### *Abstract*

*Efforts to improve the entrepreneurial motivation of students to support learning in Higher Education is very important. This is because of globalization, modernization, regionalization and autonomization demanding major changes and independence in all areas. In order for changes to work optimally, it is necessary to adopt multiple perspectives and new approaches. The purpose of this study was to find answers to the problems raised, which according to the initial survey (July, 2011) suggests that the entrepreneurial motivation of students in the Joint Business Group (KUB) STAIN Kudus still low and thus require proper and serious solutions of various approaches. Theoretical approach in this study based on cultural fit factors. Cultural fit factors derived from the merger of the three theories of culture: Hattwick McCarty (1992), Ratiu in Weinshall (1993) and Hofstede (1991) are considered to match the conditions of entrepreneurial motivation of students in the District of Spirit. Thus, the specific objectives of this study was to expand the study of the theory of cultural fit. The study used a qualitative analysis of data obtained from interviews of 23 students who are members of the Joint Business Group (KUB) STAIN Kudus. The results confirmed that the factors important in the cultural fit can increase the motivation of student entrepreneurs in the Joint Business Group (KUB) STAIN Kudus. Cultural fit factors are: first, to train a group and not individually. Second, the sharing of roles between men and women. Third, dare confront the situation/conditions of uncertainty. Fourth, train and discipline is always oriented activities. Fifth, the skillful use of information technology media. The sixth, and seventh master a foreign language, practice getting in touch with nature and the environment. The practical implications of this study is to contribute important information for entrepreneurs lecturer,colleges and faculty managers, business practitioners and government.*

*Keywords: motivation, learning, student and cultural fit*

### **A. Latar Belakang**

Pada saat ini, dunia pendidikan terutama perguruan tinggi merasakan adanya tuntutan yang semakin kompleks dan kondisi lingkungan persaingan yang semakin global dan sengit. Melihat realita tersebut, maka perguruan tinggi harus segera menyadari bahwa tidak ada jalan untuk bertahan hidup dalam arena persaingan kecuali dengan menyiapkan berbagai strategi baru yang lebih kreatif, inovatif dan kompetitif baik dalam pengelolaan manajemen perguruan tinggi, kurikulum, proses pembelajaran, desain praktikum maupun kegiatan-kegiatan pendukung untuk meningkatkan motivasi wirausaha dan kemandirian peserta didik.

Hal terpenting lainnya yang perlu kita ketahui juga adalah jumlah angkatan kerja semakin bertambah sebesar 71 881 763 (laki-laki), 44 645 783 (perempuan) pada tahun 2010 dan 72 259 824 (laki-laki), 47 139 551 (perempuan) pada tahun 2011 (data BPS, 2011), sementara tidak diimbangi dengan jumlah ketersediaan lapangan kerja. Jika kondisi ini diabaikan maka akan terjadi ketimpangan ekonomi yang sistemik di masyarakat. Ditambah lagi dengan permasalahan klasik pendidikan yang terjadi secara umum seperti : (1) rendahnya kompetensi dan relevansi lulusan, (2) belum satu padunya pemahaman, visi, misi dan tujuan lembaga-lembaga, (3) rendahnya kepedulian industri terhadap lulusan perguruan tinggi di Indonesia, (4) kurang

memadainya sarana dan prasarana pendukung pembelajaran, (5) masih belum terciptanya iklim akademik yang kondusif di lingkungan perguruan tinggi.

Oleh karena itu harus ada terobosan baru, baik dari pemerintah, lembaga pendidikan dan masyarakat untuk mengatasi hal tersebut. Salah satunya dengan menumbuhkan mental, semangat dan motivasi kemandirian berwirausaha. Lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi harus lebih konkret dalam menyiapkan wadah, sarana prasarana maupun strategi pembelajaran kreatif yang benar-benar dapat mendorong tumbuhkembangnya mental, semangat dan motivasi kemandirian wirausaha mahasiswa. Inisiatif penyempurnaan program pembelajaran di perguruan tinggi ini bisa dimulai dari identifikasi dan analisis terhadap masalah yang biasa terjadi pada mahasiswa melalui survei awal.

Hasil survei awal yang dilakukan terhadap motivasi wirausaha mahasiswa dalam kelompok Usaha Bersama (KUB) mahasiswa STAIN Kudus menunjukkan masih rendah (Juni 2011). Padahal peningkatan motivasi wirausaha mahasiswa sangat dibutuhkan selain untuk penciptaan lapangan kerja, kelangsungan usaha mandiri, juga untuk mendukung kerjasama dalam Kelompok Usaha Bersama (Survei lanjutan, Juli 2011). Oleh karena itu dibutuhkan cara pandang dan pendekatan baru untuk meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa. Salah satunya adalah dengan menanamkan nilai-nilai *cultural fit* pada mahasiswa dalam strategi pembelajaran kreatif wirausaha.

Strategi pembelajaran kreatif wirausaha merupakan usaha mengkombinasikan secara kreatif faktor-faktor yang terdiri dari *input* dan *output* dengan beberapa teori pendekatan dalam proses pembelajaran wirausaha. Faktor-faktor yang tersusun dalam proses pembelajaran terdiri dari SDM (Dosen, tenaga kependidikan, dan tenaga teknis), kurikulum, sarana dan prasarana utama maupun pendukung, dan manajemen yang dirancang secara menyeluruh dimana masing-masing faktor saling berkaitan dan menjadi satu kesatuan yang utuh dalam mencapai visi, misi dan tujuan pendidikan.

Wujud dari strategi pembelajaran kreatif wirausaha salah satunya adalah dengan membentuk Kelompok Usaha Mahasiswa (KUB), agar mereka memiliki 3 kesiapan yang mendukung kompetensi yaitu kesiapan *kognitif* (pengetahuan), kesiapan *afektif* (sikap), dan kesiapan *psikomotorik* (keterampilan). Kesiapan *kognitif* merupakan kemampuan yang berkaitan dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sesuai dengan materi ke-prodian. Kesiapan *afektif* merupakan gejala atau proses sosialisasi mahasiswa untuk menekuni kegiatan yang didasarkan atas pengetahuan dan ketrampilan yang telah dimiliki. Kesiapan *psikomotorik* merupakan ketrampilan yang dimiliki mahasiswa sebagai bekal kemandirian berwirausaha maupun memasuki dunia kerja. Tiga kesiapan tersebut juga harus didukung oleh kemandirian, keberanian dalam mengambil resiko, kreatif, inovatif, komunikatif dan mampu beradaptasi dalam lingkungan global.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengangkat judul “Pendekatan *Cultural Fit* dalam Meningkatkan Motivasi Wirausaha Mahasiswa (Studi Kasus: Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mahasiswa STAIN Kudus). Dengan diangkatnya judul ini, maka diharapkan bisa tergambar motivasi wirausaha mahasiswa yang nantinya bisa menjadi masukan bagi pengembangan arah kebijakan dan tujuan pendidikan di Perguruan Tinggi.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana motivasi wirausaha mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) STAIN Kudus?

2. Bagaimana peran pendekatan *Cultural Fit* dalam rangka meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa STAIN Kudus ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui motivasi wirausaha mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) STAIN Kudus.
2. Untuk mengetahui peran pendekatan *Cultural Fit* dalam rangka meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa STAIN Kudus.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis adalah untuk mengembangkan teori *Cultural Fit*, terutama pada ranah pembelajaran mahasiswa di Perguruan Tinggi.
2. Manfaat praktis adalah untuk memberikan gambaran pada dosen pengampu mata kuliah wirausaha, pengelola dan pelaksana perguruan tinggi, praktisi bisnis maupun pemerintah, dan para pengguna lulusan (*stakeholder*) tentang peran pendekatan *Cultural Fit* dalam meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa.

### **E. Landasan Teori**

#### **1. Pengertian Motivasi**

Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupannya (Ujang Sumarwan, 2002). Motivasi timbul karena adanya suatu kebutuhan dan karenanya perbuatan tersebut terarah untuk pencapaian tujuan tertentu (Siagian, 1995:142). Apabila tujuan telah tercapai maka akan tercapai kepuasan dan cenderung untuk diulang kembali, sehingga lebih kuat dan mantap.

Motivasi seseorang bisa meningkat apabila dipengaruhi oleh dua faktor yaitu bisa berupa faktor *intrinsic* maupun faktor *ekstrinsik*. Faktor intrinsik muncul manakala sifat pekerjaan itu sendiri yang membuat seorang termotivasi, orang tersebut mendapat kepuasan dengan melakukan pekerjaan tersebut bukan karena rangsangan lain seperti status ataupun uang atau bisa juga dikatakan seorang melakukan hobbinya. Sedangkan faktor ekstrinsik muncul manakala elemen-elemen diluar pekerjaan yang melekat di pekerjaan tersebut menjadi faktor utama yang membuat seorang termotivasi seperti status ataupun kompensasi.

#### **2. Kecocokan Budaya (*Culture-Fit*)**

Nilai-nilai Budaya, keyakinan, aturan dan norma yang melingkupi suatu kelompok masyarakat akan mempengaruhi sikap dan tindakan individu dalam organisasi maupun dalam masyarakat tersebut dan akan cenderung seragam (*Homogen*). Misalnya dalam suatu masyarakat ada aturan mengenai bagaimana melakukan pernikahan sehingga laki-laki dan perempuan dapat disahkan sebagai suami istri. Ketika anggota masyarakat akan menikah, maka proses yang dilalui oleh anggota masyarakat itu akan cenderung sama dengan anggota masyarakat yang lainnya.

Wallendorf & Reilly dalam Mowen (1995) memberikan definisi budaya adalah seperangkat pola perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari

masyarakat tertentu. Cara-cara menjalani kehidupan sekelompok masyarakat dapat didefinisikan sebagai budaya masyarakat tersebut. Setiap kelompok masyarakat tertentu akan mempunyai cara yang berbeda dalam menjalani kehidupannya dengan sekelompok masyarakat yang lainnya. Definisi di atas menunjukkan bahwa budaya merupakan cara menjalani hidup dari suatu masyarakat yang ditransmisikan pada anggota masyarakatnya dari generasi ke generasi berikutnya. Proses transmisi dari generasi ke generasi tersebut dalam perjalanannya mengalami berbagai proses distorsi dan penetrasi budaya lain. Hal ini dimungkinkan karena informasi dan mobilitas anggota suatu masyarakat dengan anggota masyarakat yang lainnya mengalir tanpa hambatan.

Interaksi antar anggota masyarakat yang berbeda latar belakang budayanya semakin intens. Oleh karena itu, dalam proses transmisi budaya dari generasi ke generasi, proses adaptasi budaya lain sangat dimungkinkan. Misalnya proses difusi budaya populer di Indonesia terjadi sepanjang waktu. Kita bisa melihat bagaimana remaja-remaja di Indonesia meniru dan menjalani budaya populer dari negara-negara Barat, sehingga budaya Indonesia sudah tidak lagi dijadikan dasar dalam bersikap dan berperilaku. Proses seperti inilah yang disebut budaya mengalami adaptasi dan penetrasi dari budaya lain. Dalam hal-hal tertentu adaptasi budaya membawa kebaikan, tetapi di sisi lain proses adaptasi budaya luar menunjukkan adanya rasa tidak percaya diri dari anggota masyarakat terhadap budaya sendiri.

Agar budaya terus berkembang, proses adaptasi seperti dijelaskan di atas terus perlu dilakukan. Paradigma yang berkembang adalah bahwa budaya itu dinamis dan dapat merupakan hasil proses belajar, sehingga budaya suatu masyarakat tidak hadir dengan sendirinya. Proses belajar dan mempelajari budaya sendiri dalam suatu masyarakat disebut enkulturasi (*enculturati*). Enkulturasi menyebabkan budaya masyarakat tertentu akan bergerak dinamis mengikuti perkembangan zaman.

Terdapat enam dimensi nilai budaya pada berbagai budaya yang berbeda (McCarty & Hattwick: 1992) sebagai berikut: (1) Individual versus kolektif. Ada budaya yang mementingkan nilai-nilai individual dibandingkan nilai-nilai masyarakat, dan ada juga budaya yang mementingkan nilai-nilai kelompok daripada nilai-nilai individual. (2) Maskulinitas/feminitas. Melihat bagaimana peran pria melebihi peran wanita, atau bagaimana pria dan wanita membagi peran. (3) Orientasi waktu. Melihat bagaimana anggota masyarakat bersikap dan berperilaku dengan orientasi masa lalu, sekarang atau masa depan. (4) Menghindari ketidakpastian. Budaya suatu masyarakat berusaha menghadapi ketidakpastian dan membangun kepercayaan yang bisa menolong mereka menghadapi hal itu. Misalnya mereka meyakini dan menghayati agama. (5) Orientasi aktivitas. Masyarakat yang berorientasi pada tindakan dan pada pemikiran. (6) Hubungan dengan alam. Bagaimana suatu masyarakat memperlakukan alam, apakah sebagai pendominasi alam atau justru menjalin harmoni dengan alam.

Pola-pola budaya menurut Hofstede(1984) terdiri dari: penghindaran ketidakpastian, *Power Distance*, *Maskulinity-femininity*, *confucian work dynamism*. Ke-empat unsur budaya Hofstede (1984) ini sering digunakan untuk mempelajari perusahaan multinasional beroperasi di pasar global. Dimensi-dimensi tersebut memiliki bias yang berbau barat karena metodologi yang digunakan dalam pengumpulan datanya.

Diantara beberapa organisasi telah melakukan penyesuaian budaya terhadap manajemen partisipatif, namun organisasi juga harus menyesuaikan bentuk partisipasi tersebut terhadap budaya lokal atau budaya setempat. Oleh karena itu, para manajer global harus dapat secara fleksibel mengubah perilakukaryawannya jika mereka diberikan penugasan ke luar negeri dan bekerja dengan orang-orang yang berasal dari berbagai budaya asing yang berbeda. Dalam suatu masyarakat tertentu, orientasi nilai di atas akan mengalami perubahan sesuai

dengan proses adaptasi yang terjadi. Nilai-nilai yang dianut oleh suatu masyarakat dari waktu ke waktu akan terus berubah.

Saat ini bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak secara internasional memerlukan orang-orang yang memiliki “*cross-cultural competence*” dan “*cultural sensitivity*”, sehingga berbagai perusahaan yang menerapkan berbagai persyaratan tambahan dalam rekrutmen calon-calon karyawan mereka. Melalui hal tersebut diharapkan bahwa para karyawan mereka memiliki daya adaptasi yang tinggi dan memiliki kemampuan kepemimpinan silang budaya yang handal (*cross-cultural leadership competence*). Adapun berbagai persyaratan tambahan tersebut menurut Ratiu dalam Weinshall (1993), antara lain: (1) Mampu beradaptasi. (2) Fleksibel, mudah mengubah segala sesuatunya jika hal tersebut memang dikehendaki oleh lingkungan setempat. (3) Memiliki sifat keterbukaan yang tinggi (*open minded*). (4) Memiliki banyak teman atau relai dari berbagai kewarganegaraan yang berbeda. (5) Menguasai berbagai bahasa yang secara internasional sering dipergunakan dalam operasi bisnis internasional.

Mengkaji dari operasionalisasi teori dan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini mengambil obyeknya pada peran *Cultural Fit* dalam meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa di STAIN Kudus, maka dalam studi ini peneliti memasukkan kecocokan budaya (*Cultural-fit*) disesuaikan dengan konteks budaya mahasiswa di STAIN Kudus. Dimensi-dimensi variable kecocokan budaya (*Culture-fit*) adalah sebagaimana ada dalam table 1 sebagai berikut:

**Tabel 1. Faktor-faktor dalam Kecocokan Budaya (*cultural-fit*)**

Dimensi	Diskripsi	Referensi
Mampu beradaptasi dalam kelompok dan tidak individual.	Hubungan personal dan koneksi dalam kelompok	McCarty & Hattwick (1992), Ratiu dalam Weinshall (1993), Hofstede, (1991)
Berbagi peran antara pria dan wanita	Pembagian peran antara pria dan wanita dalam organisasi	McCarty & Hattwick (1992), Hofstede (1983)
Berani menghadapi situasi/kondisi yang tidak pasti	Berani menanggung resiko dan mengambil keputusan dalam situasi yang tidak pasti	Mc. Carty and Hattwick (1992), Hofstede (1983)
Melatih kedisiplinan dan selalu berorientasi pada aktifitas	Disiplin dan mempunyai tujuan yang jelas dalam berwirausaha	McCarty & Hattwick (1992)
Terbuka terhadap kemajuan teknologi informasi	Pengguna mampu beradaptasi dengan penggunaan teknologi informasi (IT)	Ratiu dalam Weinshall (1993)
Menguasai bahasa asing	Mampu beradaptasi dengan bahasa inggris	Gipson (1997), Tetiwat and Huff, (2003), McCartney & Hattwick (1992),
Melatih cara berhubungan dengan alam dan lingkungan	Dalam beraktifitas wirausaha, sangat peduli dengan kelestarian alam dan lingkungan	McCarty & Hattwick (1992)

## F. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penggunaan pendekatan ini dimaksudkan untuk menemukan sekaligus menggambarkan faktor-faktor ada atau tidaknya peran *cultural fit* dalam meningkatkan motivasi wirausaha mahasiswa. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, mendalam, kredibel dan bermakna sehingga tujuan penelitian bisa tercapai.

Teknik pengambilan datanya dengan menggunakan observasi dan wawancara terhadap 39 mahasiswa semester VI dan 5 dosen pembimbing lapangan yang sedang pelatihan profesi wirausaha. Sedangkan untuk menguji validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi analisis yaitu menganalisis jawaban objek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasar data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk

menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta *reasoning* yang logis. Tahapan berikutnya adalah melakukan *intersubjectivity analysis*. Artinya semua pandangan, pendapat ataupun data dari subjek penelitian, didialogkan dengan pendapat, pandangan ataupun data dari subjek lainnya. Hasil dari wawancara ini kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan menggunakan kategori-kategori analisis (*filling system*) yang telah ditentukan atau dikenal dengan analisis domain.

## G. Pembahasan

Perbedaan antara orang yang sukses dan orang yang gagal, salah satunya terletak pada motivasi dan pengalaman empirisnya. Apa yang biasa dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh seseorang, menentukan apa yang akan dicapainya. Hal ini berlaku di ranah pembelajaran baik formal maupun informal. Jika seseorang dapat berpikir dengan cerdas dan kreatif, perasaannya peka terhadap gejala lingkungannya, dan mau belajar dari pengalaman, maka pasti akan mendapatkan hasil-hasil yang memuaskan di lapangan yang digelutinya. Sebaliknya jika pikiran dibangun dari kondisi yang tidak menentu dan tidak ada kemauan untuk mengarah pada suatu tujuan tertentu maka hasilnya pun pasti akan mengecewakan (Grenville Kleiser, 2007:9).

Aktifitas berwirausaha menuntut kesungguhan dan keseriusan, karena akan selalu menghadapi ketidakpastiandynamika pasar. Maka wirausahawan harus mempunyai keterampilan dalam memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Wirausahawan akan sukses dan berhasil jika mampu menyatukan seluruh energi dan menjadi inovator dalam berbagai aktivitas wirausaha yang meliputi: (1) penciptaan produk, (2) sistem produksi, (3) sistem distribusi, (4) sistem *Value Chain*, (5) manajemen SDM, (6) manajemen strategi, (7) manajemen pemasaran (8) *Public Relation*.

Secara umum, tahap pelaksanaan pembelajaran wirausaha dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) mahasiswa STAIN Kudus meliputi :

- 1) Tahap awal memulai usaha. Tahap ini diawali dengan niat untuk melakukan wirausaha dan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan. Dalam tahap awal ini mahasiswa diajak untuk melihat peluang usaha baru dari para wirausahawan di lokasi terdekat dalam bingkai kegiatan *study tour*.
- 2) Tahap pelaksanaan usaha. Pada tahap ini wirausahawan mulai menjalankan aktifitas pengelolaan usaha yang terkait dengan berbagai aspek yaitu: permodalan, SDM, faktor-faktor produksi, distribusi dan pemasaran, etika dan pengelolaan organisasi, pengambilan resiko dan keputusan, dan evaluasi. Pada tahap ini mahasiswa di ajak untuk melakukan bisnis nyata, dengan cara mandiri ataupun subsidi silang. Bisnis dan produk yang dipilih bervariasi tergantung pada kesiapan mahasiswa.
- 3) Tahap mempertahankan usaha. Tahapan di mana wirausahawan harus melakukan analisis dan evaluasi terhadap hasil yang dicapai dan melakukan upaya untuk perbaikan dan pertahanan. Tahap ini mahasiswa diminta melakukan analisis dan evaluasi baik terhadap model permodalan, produk, sistem produksi, distribusi dan pemasaran, keberaniannya dalam mengambil resiko dan keputusan. Untuk lebih memudahkan tahap evaluasi maka masing-masing aspek di laporkan dengan bentuk matriks dalam portofolio.
- 4) Tahap mengembangkan usaha. Tahapan di mana wirausahawan harus melakukan upaya-upaya pengembangan baik dengan diversifikasi usaha maupun diferensiasi produk agar hasil capaian usahanya di kenal dalam segmen yang lebih luas. Pada tahap ini, mahasiswa hanya dikenalkan pada tehnik diversifikasi usaha dan diferensiasi produk, karena tidak setiap mahasiswa bisa melakukan tahapan ini kecuali memang benar-benar siap berdasarkan analisa pasar.

Sedangkan peran pendekatan *Cultural Fit* dalam meningkatkan motivasi wirausaha, lebih mudahnya akan disajikan dalam bentuk tabel 2.

**Tabel 2. Peran Pendekatan *Cultural Fit* Dalam meningkatkan Motivasi Wirausaha Mahasiswa**

<b>Faktor-Faktor dalam <i>Cultural Fit</i></b>	<b>Realitas Pelaksanaan dalam bingkai kegiatan Pelatihan Kewirausahaan</b>	<b>Aspek Penilaian</b>
adaptasi dalam kelompok dan tidak individual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa dibagi dalam sejumlah kelompok</li> <li>- Masing-masing mahasiswa diberikan peran dalam aktifitas wirausaha secara berkelompok</li> <li>- Masing-masing peran harus melakukan koordinasi secara periodik</li> </ul>	Mampu beradaptasi dalam kelompok dan tidak individual.
Berbagi peran antara pria dan wanita	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembagian peran dalam kelompok wirausaha tidak dibatasi oleh faktor gender, karena laki-laki dan perempuan dianggap punya potensi dan motivasi yang sama dalam berwirausaha (hal ini dimaksudkan agar eksplorasi terhadap kompetensi wirausaha bisa maksimal)</li> </ul>	kemampuan menyelesaikan tugas dan peran dalam kelompok wirausaha
Berani menghadapi situasi/kondisi yang tidak pasti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Setelah mahasiswa melakukan <i>study tour</i>, dalam jangka waktu 7 hari mahasiswa diwajibkan mengumpulkan rencana kelayakan bisnis dan siap menghadapi resiko dalam pembelajaran wirausaha.</li> </ul>	kemampuan menyelesaikan rencana kelayakan bisnis dalam waktu 7 hari
Melatih kedisiplinan dan selalu berorientasi pada aktifitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secara periodik, aktifitas wirausaha dianalisis dan dievaluasi (harus lebih baik dari sebelumnya).</li> <li>- Tidak selalu menunggu perintah, tetapi berinisiatif mencari peluang baru dan berpotensi sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan wirausaha.</li> <li>- Tidak mudah menyerah dan mengatakan sulit dalam menyelesaikan tugas dan peran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kemampuan melakukan inovasi, analisis dan evaluasi kegiatan</li> <li>-voluntair dalam setiap kegiatan</li> <li>-Ketepatan dalam menyelesaikan tugas</li> </ul>
Terbuka terhadap kemajuan teknologi informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masing-masing kelompok diwajibkan menggunakan fasilitas teknologi informasi (komputer dan internet) dalam menjalankan aktivitas wirausaha</li> </ul>	Kemampuan dalam menggunakan komputer dan internet
Menguasai bahasa asing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa yang berperan sebagai manajer, pemasaran dan terutama <i>public relation</i> diwajibkan menguasai bahasa Inggris</li> </ul>	Kemampuan dalam berbahasa Inggris
cara berhubungan dengan alam dan lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masing-masing kelompok wirausaha harus merumuskan cara berhubungan dengan alam dan lingkungan, apalagi kalau produk yang dibuat memiliki limbah yang menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan</li> <li>- Cara yang dirumuskan harus <i>feasible</i> dan benar-benar dilaksanakan</li> </ul>	Kemampuan merumuskan dan merealisasikan cara-cara berhubungan dengan alam dan penanganan limbah produksi

## Daftar Pustaka

- Grenville Kleiser, Membina Kepribadian Wiraswasta, Bandung: Pionir Jaya, 2007
- Hofstede, G. 1984, *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*, Sage Publication, Beverly Hills.
- Herbig, P. and Genestre, A., 1996. An examination of the cross-cultural differences in service quality: the example of Mexico and the USA, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 1 No. 1: 15-22.
- Hartati, Ratna., 2011. Internalisasi Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. Makalah disampaikan pada Diklat Guru Berjenjang Tingkat Terampil
- [http://www.scribd.com/doc/4933265/Pengelolaan Kewirausahaan](http://www.scribd.com/doc/4933265/Pengelolaan-Kewirausahaan)